

Geschreven door Ingmar Samyn (Instituut Contractenrecht) en Michiel Vanwynsberghe (Instituut Goederenrecht). Beide auteurs zijn doctorandi binnen de Afdeling Privaatrecht en combineren in deze blogpost hun passies voor het recht en het voetbal.

100 % terugbetaling bij winst op het WK? May the odds be ever in your favour!

Ongeacht of u een fervente voetbalfan bent of niet, u hebt het vast al opgemerkt: dezer dagen beloven verschillende winkelketens spectaculaire stuntacties waarbij de aankoopprijs van bepaalde producten, bij winst van het WK door de Belgen, terugbetaald wordt. Als juristen moeten we af en toe ook onheilsprofeten spelen en de prangende vraag stellen: Wat indien de winkeliers hun belofte niet nakomen? Zonder weliswaar het voetbalfeest te bederven, bieden wij daarom de (voetbalsupporterende) consument een licht verteerbare portie juridisch voer over het kanscontract en de Kansspelwetgeving.



Golden goal voor de consument of toch maar een *schwalbe* van de winkelier?

Het zijn roodgouden tijden voor de consument. Nu de Rode Duivels hipper (of gehypter) zijn dan ooit, scheert de koopkracht hoge toppen. Maar niet alleen de winkeliers wrijven zich in de handen bij elk gemaakt doelpunt, ook de consument kan zijn graantje meepikken. Media Markt belooft haar klanten 100% terugbetaling van de aankoopprijs van televisies of tablets, indien het nationale Belgische voetbalelftal de Wereldbeker in de wacht sleept. Bovendien is er nu al een ‘cashback’ van €50 te verdienen op Samsung televisietoestellen, aangezien Kompany en co de groepsfase overleefd hebben. Media Markt is nochtans niet aan haar proefstuk toe. In 2006 deed de Italiaanse afdeling dezelfde belofte aan haar Italiaanse klanten. De Azzuri wonnen dat jaar het WK en de keten betaalde netjes zijn klanten uit. Ook kleinere spelers proberen klanten te verleiden met spectaculaire terugbetalingsacties. Als onze Duivels de hoofdvogel afschieten in Brazilië, belooft Tabac Plus de prijs voor aangekocht bier terug te betalen en kunt u bij Optiek Het Oog uit De Pinte terecht voor een gratis montuur.

Een kwalitatieve bril kan trouwens nog goed van pas komen bij het lezen van de kleine lettertjes bij dergelijke stuntacties. De actie bij Media Markt bijvoorbeeld, vereist een registratie op de website en een correct antwoord op de wedstrijdvrage. De algemene voorwaarden leren ons dat de notie ‘terugbetaling’ vaak enigszins ruim te interpreteren valt. Bij Tabac Plus krijgt u uw bier in natura (en dus niet in geld) uitbetaald. Media Markt betaalt u terug in de vorm van ‘giftcards’, die u – uiteraard – enkel kan investeren in de Media Marktwinkels. Ook de winkelketen Selexion kwam recent in een mediastorm terecht, nadat gebleken was dat de reclame voor een soortgelijke terugbetaalactie te kort door de bocht was. Uit een nauwkeurige lezing van de algemene voorwaarden bleek dat wel erg veel haken en ogen aan de actie verbonden waren.

Een kanscontract? Ik ben toch niet gek!

De vraag stelt zich hoe dergelijke stuntacties nu juridisch vertaald dienen te worden? Zowel op privaatrechtelijk als strafrechtelijk vlak zijn een aantal interessante opmerkingen te maken. Hoewel een eerste juridische intuïtie doet vermoeden dat hier een traditioneel kanscontract voorligt, blijkt dit bij nader inzien toch niet het geval. Bij een kanscontract moeten er immers kansen op winst of verlies zijn, die gelijkwaardig onder de partijen verdeeld zijn. Dit is bij de voorliggende acties niet het geval. Als de onzekere gebeurtenis, nl. de voetbaloverwinningen van onze Duivels, zich tot onzer grote spijt niet zou voltrekken, verliest u als klant immers niet meer dan uw nationale trots. U hebt tenslotte al waar – een tv, tablet, bril, etc. – voor uw geld gekregen.

Wat is dergelijke stuntactie dan wel? Eerst en vooral legt alleen de winkelier een belofte af om de volledige prijs terug te betalen. Het zal dus in elk geval een *eenzijdige* belofte zijn. De winkelier moet echter enkel en alleen zijn belofte nakomen, indien onze rode helden het WK winnen. De belofte wordt dus *opgeschort* totdat de Duivels op de finale het Maracanã-stadion in Rio de Janeiro op zijn kop zetten. Hoewel we *tous ensemble* willen dat de Belgen die ultieme overwinning behalen, is dit niettemin een toekomstige en – helaas – onzekere gebeurtenis. Kortom: de stuntacties waarmee we van doen hebben, zijn eenzijdige beloftes onder opschortende voorwaarde dat de Belgen het WK winnen. Dergelijke publiek gemaakte beloftes van de winkeliers zijn afdwingbaar door de klanten, wanneer zij voldoen aan alle vereisten die beschreven staan in de algemene voorwaarden van de stuntacties. Indien de electronicagigant, drankcentrale of optieker zijn belofte niet nakomt, dan kan u als koper naar de rechtbank stappen om deze belofte af te dwingen, of om desnoods een schadevergoeding te eisen. De hele verkoopovereenkomst doen ontbinden ligt dan weer moeilijker. Desalniettemin is het, mits de juiste argumentatie, niet ondenkbaar dat u het gekochte goed zal kunnen teruggeven en u uw geld terugkrijgt.

Winkeliers en consumenten op het strafbankje?

De voetbalkous is hiermee echter nog niet af. Ondanks het feit dat hier geen kanscontract voorligt, moeten we toch nog even de Kansspelwetgeving onder de loep nemen. Het kanscontract en de Kansspelwetgeving zijn immers van verschillende juridische aard. Een kanscontract behoort tot het privaatrecht – waarvoor burgerlijke rechtbanken bevoegd zijn – terwijl de Kansspelwetgeving zich op het terrein van het strafrecht beweegt. Dit strafrechtelijke luik staat dan ook los van het burgerrechtelijke. Opdat de Kansspelwetgeving van toepassing zou zijn, moeten de spelers een bepaalde inzet in het spel brengen. Dit is hier echter niet het geval. Als er een aankoopverplichting is om deel te nemen aan een wedstrijd, dan is er volgens de rechtspraak geen sprake van een inzet (en dus ook niet van een kansspel). De al dan niet toepasselijkheid van de Kansspelwetgeving is belangrijk, want als er wel een kansspel voorligt, dan zitten Mediamarkt en consorten plots met een strafrechtelijk probleem. Onder de kansspelwetgeving is het winkeliers namelijk verboden om zonder een voorafgaande vergunning van de Kansspelcommissie een kansspel te exploiteren. Inbreuken hierop worden bestraft met pittige gevangenisstraffen en boetes.

U zal uw optieker, electronicspeciaalzaak of drankcentrale dus in principe niet om hun kansspelvergunning moeten vragen. Let wel, wanneer de betaalde prijs daarentegen de normale prijs te boven gaat, zal er wel een inzet zijn. Indien de winkelier dus voor en/of na het WK lagere prijzen hanteert voor dezelfde producten dan kan die winkelier strafrechtelijk vervolgd worden onder de Kansspelwetgeving. Een waakzame consument houdt dan ook best de prijschommelingen in de gaten.

Maar ook voor de consument zijn deze prijsschommelingen niet zonder gevaar. De klant zelf kan immers strafrechtelijk vervolgd worden wanneer hij weet heeft van het werkelijk bestaan van een inzet – dus van een hogere prijs dan normaal – en van de afwezigheid van een kansspelvergunning. Ook al lijkt het bewijs hiervan verduiveld moeilijk, een gewaarschuwd consument is er twee waard.